

Torino è cambiata «Il futuro dell'auto è già oltre la Fiat»

DIEGO MOTTA

NOSTRO INVIATO A TORINO

Alla periferia di Torino la separazione tra le fabbriche in declino e le aziende che crescono è quasi fisica: basta una strada per dividere chi innova da chi è rimasto indietro e spesso nei grandi fabbricati industriali sono rimasti in pochi, dopo anni di ristrutturazioni e cassa integrazione. La Fiat, che da queste parti è stata madre e matrigna, annuncerà a maggio il suo nuovo piano industriale, il primo dopo la fusione con Chrysler. «L'attesa è tanta, inutile negarlo» spiega Aurelio Nervo, presidente del Gruppo Componenti Anfia, l'associazione nazionale della filiera dell'auto che nel solo Piemonte vale circa 18 miliardi di fatturato, con 900 aziende che danno lavoro a 90mila persone. Il gigante c'è ancora ma è un po' più piccolo, anche perchè a Lilliput hanno imparato da tempo a crescere da soli. «Tante aziende si sono riqualificate negli ultimi anni per poter continuare a essere competitive sui mercati e le forniture verso il Lingotto sono scese dal 55% al 35%» aggiunge Nervo. Nella *banlieue* torinese, l'ingegner Lino Siciliano guida la direzione marketing della **Facet**, una società che sta rapidamente scalando le posizioni nel mercato *aftermarket* dei componenti e dei ricambi. «Tanti grossi gruppi automobilistici bussano alla nostra porta, chiedendo nello stesso tempo prodotti di qualità e servizi efficienti», dice mostrando l'ultima generazione di bobine lavorate nel suo stabilimento. Negli uffici in cui si progettano oltre 4.500 prodotti da de-

stinare al settore *automotive*, la preoccupazione maggiore è l'arrivo di Amazon e del commercio elettronico in nicchie di produzione che prima sembravano esclusiva assoluta di chi presidiava il territorio. «Investiamo il 20% del nostro fatturato in ricerca» continua Siciliano, praticamente l'equivalente dei ricavi fatti nel distretto piemontese dell'auto.

Chi ha saputo riorganizzarsi in casa ha poi trovato le chiavi dello sviluppo all'estero, dalla Germania alla Francia, dove il *made in Italy* fa gola a molti. È in atto anche un processo in direzione contraria, visto che alcuni grandi *player* internazionali, da General Motors a Volkswagen, si sono insediati sul territorio, puntando sui centri di ricerca (la casa di Detroit) o attivando una serie di rapporti con l'indotto (il gruppo tedesco). «Internazionalizzarsi è stata una scelta obbligata - spiega Nervo - ma adesso occorrerebbe una politica industriale per il settore, che punti a rendere ancora più attrattivo l'investimento nel nostro Paese e insieme a stimolare la domanda interna, senza cui il mercato delle quattro ruote non può stabilizzarsi definitivamente».

Durante la recessione sei imprese su dieci hanno ridotto la propria forza lavoro, mentre si sono affermati nuovi campioni regionali. «Prima del crac Lehman lavoravamo su due turni e avevamo messo in cantiere grandi progetti - racconta Gabriele Orsucci, amministratore delegato di **Spesso Gaskets srl**, primo produttore italiano di guarnizioni testa cilindro multistrato in acciaio per il primo im-

pianto -. Quando ci è crollato il mondo addosso, abbiamo deciso di sfruttare il periodo della mobilità dei nostri dipendenti per riorganizzare tutto, investendo innanzitutto in formazione». È stato allora che si è definitivamente consacrato, anche in Piemonte, il modello Toyota. «Significa lotta agli sprechi e massima efficienza» aggiunge il presidente della società, Giorgio Possio, pioniere di questa cultura nel nostro Paese nonché vicepresidente nazionale di Piccola Industria Confindustria.

Quello della produttività ai più alti livelli è un discorso che accomuna la piccola impresa alla multinazionale. All'interno del grande complesso industriale di **Skf Industrie**, ad Airasca, l'automazione dei processi produttivi è spinta al massimo. Nell'area di 70mila metri quadri in cui si realizzano cuscinetti supertecnologici, si trovano qua e là alcuni tavoli, che indicano ai dipendenti in produzione, dove vanno a finire i prodotti che realizzano, dalla Bmw all'Audi. «Il nostro obiettivo è l'eccellenza - spiega il direttore vendite per l'Italia, Andrea Reisoli-Matthieu -. La conseguenza per i lavoratori è una maggior responsabilizzazione». Non è un caso che in Skf sia stato siglato recentemente (con la contrarietà di Fiom e Uilm) un contratto interno di secondo livello che vincola la busta paga al raggiungimento di determinati parametri di efficienza e redditività.

C'è dunque un

futuro per Torino e il Piemonte, oltre la Fiat e verosimilmente con la Fiat. «Il nodo resta Mirafiori e, per completare il polo dell'auto di alta gamma lanciato con Maserati a Grugliasco, mi aspetto qualche novità dal rilancio del marchio Alfa Romeo, che ha ancora forza di mercato e può dare al gruppo i numeri che servono per continuare a essere leader, anche in Italia» osserva lo storico dell'industria, Giuseppe Berta. Lavoratori e sindacati guardano ai prossimi mesi con realismo. «Tutto è in movimento - conferma Alberto Cipriani, segretario della Fim Cisl di

Mirafiori - e la nostra sensazione è che, dopo tantissima sofferenza, si possa davvero passare all'incasso. Alcuni segnali sono positivi, come confermano le operazioni di *insourcing*, di internalizzazione di attività che la grande azienda riesce a fare ormai meglio dei propri fornitori». Il territorio ha complessivamente retto all'onda d'urto della crisi, ma la sensazione è che sia cresciuto il divario tra chi ha modernizzato le produzioni diversificando e

chi è rimasto intrappolato in ristrutturazioni

continue, tagliando fuori dal mercato del lavoro migliaia di persone. Sarà questo probabilmente uno dei temi della prossima campagna elettorale per la Regione Piemonte, che avverrà in coincidenza con gli annunci del Lingotto. «È tempo di uscire dall'immobilismo, dimostrando ancora una volta che Torino è strategica per tutta l'Italia» osserva Paolo Vitelli, imprenditore e parlamentare nelle file di Scelta Civica. Per tornare a essere competitivi insieme, però, l'industria da sola non basta: serve una parola chiara da parte del mondo politico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo scenario

A maggio il nuovo piano, il primo dopo la fusione con Chrysler. Berta: il nodo resta Mirafiori
Anfia: l'estero non basta

Il territorio

Viaggio nell'indotto: la crisi ha fatto selezione e chi ha resistito ora si internazionalizza. In calo la dipendenza dal Lingotto



IN PRODUZIONE Negli stabilimenti cresce l'automatizzazione